

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan merupakan salah satu bagian dari sistem perekonomian yang menghubungkan produsen dan konsumen dalam kegiatan yang dilakukan untuk membeli dan menjual barang guna mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya perdagangan dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu perdagangan besar dan perdagangan eceran. Pedagang eceran (retailer) merupakan pedagang yang mengadakan perdagangannya di tempat yang tetap ataupun tidak tetap. Pedagang eceran yang memiliki tempat tetap yaitu seperti membuka kios, warung, toko usaha kecil ataupun pasar. Perdagangan eceran saat ini termasuk merupakan kegiatan ekonomi yang berkembang pesat, terutama karena didukung oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat. Seiring berkembangnya jaman, eksistensi Toko/Warung tradisional yang berbasis ekonomi kerakyatan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya pasar modern yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis ritel. Ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat saat ini adalah Minimarket dengan konsep waralaba atau *franchise* (Wijayanti dan Wiranto, 2011:2).

Kabupaten Bandung adalah salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2016 Jumlah Penduduk Kabupaten Bandung mencapai 3.596.623 jiwa dan meningkat pada tahun 2017 sebanyak 3.657,701 jiwa dengan

luas wilayah sebesar 1.762,40 Km², maka rata rata kepadatan penduduk Kabupaten Bandung sebanyak 2,075 jiwa Km². Mengingat kepadatan penduduk di Kabupaten Bandung yang terus meningkat tersebut membuat para investor terus mengembangkan usaha khususnya dalam bidang penyedia kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern seperti *Minimarket*. Kehadiran *Minimarket* di Kabupaten Bandung kini sudah menjamur di berbagai lokasi, bahkan merambah hingga ke pemukiman padat penduduk. Berdasarkan hasil pendataan Disperindag terdapat 347 gerai *minimarket* di Kabupaten Bandung. (Fokus Jabar, 23-03-2019). Dengan berkembangnya ritel modern jenis *minimarket* dikhawatirkan memberikan dampak yang tidak baik pada kelangsungan usaha ritel tradisional, sehingga pemerintah memberikan upaya untuk mengendalikan ritel modern tersebut pada kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Salah satu kecamatan di Kabupaten Bandung yaitu kecamatan Bojongsoang Desa Bojongsoang tepatnya di Jalan Raya Bojongsoang dengan radius ± 2 Km terdapat *minimarket* jenis Alfamart dan Indomart yang memiliki jarak saling berdekatan dengan toko kelontong, hal ini dapat dilihat bahwa jarak tersebut tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Kabupaten Bandung No 20 Tahun 2009 dimana lokasi *minimarket* harus berjarak sejauh 1.000 meter dengan ritel tradisional. Hal tersebut dapat menyebabkan kelangsungan toko kelontong berdampak pada keuntungan pedagang yang kemungkinan mengalami penurunan. Sebagai

gambaran, dapat dilihat pada tabel 1.1 data jumlah persebaran *Minimarket* dan Toko/Warung Kelontong di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung.

Tabel 1.1
Jumlah persebaran *Minimarket* dan Toko Kelontong di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung Tahun 2013

Desa/Kelurahan	Jumlah Minimarket (Unit)	Jumlah Toko/Warung Kelontong (Unit)
Bojongsari	0	259
Bojongsoang	7	175
Lengkong	5	83
Cipagalo	5	15
Buah Batu	3	46
Tegaluar	1	146
Jumlah	21	724

Sumber: BPS, Kecamatan Bojongsoang Dalam Angka 2018

Jumlah persebaran *Minimarket* yang berada di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung sebanyak 21 gerai *minimarket*. Desa/Kelurahan Bojongsoang merupakan Desa/Kelurahan yang memiliki jumlah minimarket terbanyak yaitu 7 gerai *minimarket* dengan jumlah persebaran Toko/Warung Kelontong di Desa/Kelurahan Bojongsoang sebanyak 175. Hal ini sebenarnya memberikan dampak positif dan dampak negatif yang akan dirasakan, dampak positifnya yaitu bagi daerah tersebut dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi daerah serta dapat menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran di daerah tersebut. Sedangkan dampak negatifnya keberadaan *minimarket* yaitu dari segi faktor internal kemungkinan mengalami perubahan yang mempengaruhi penurunan keuntungan pedagang toko kelontong.

Menurut Ida Ayu (2017) Faktor utama yang mempengaruhi keuntungan pedagang toko kelontong yaitu omset penjualan, omset penjualan yang didapatkan oleh pedagang kelontong akan mengalami perubahan akibat keberadaan *minimarket* sebagai pesaingnya. Omset penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keuntungan pedagang kelontong, hal ini dikarenakan besar kecilnya keuntungan pedagang tergantung dari besar kecilnya omset penjualan yang diperoleh pedagang tersebut. keuntungan merupakan sejumlah penerimaan-penerimaan yang telah dikurangi oleh biaya-biaya. Jika omset penjualan pedagang akan semakin meningkat maka keuntungan yang diperoleh akan semakin meningkat. Sebaliknya jika omset penjualan yang diperoleh pedagang toko kelontong menurun maka keuntungan pun menurun.

Dari segi jarak usaha, jarak usaha merupakan kedekatan lokasi antara toko kelontong dengan *minimarket* dan jarak ke toko lainnya. Menurut Pardiana Wijayanti (2011) jarak kedekatan antara warung tradisional dengan *minimarket* berpengaruh terhadap perubahan keuntungan yang disebabkan adanya persaingan antara keduanya. Jika jarak warung lebih dekat satu meter dari *minimarket*, menyebabkan penurunan keuntungan usaha sehingga jarak usaha menjadi kendala untuk memaksimalkan keuntungan pedagang kelontong. Apabila lokasi *minimarket* lebih jauh dari warung, maka keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada warung yang lokasinya lebih dekat dari *minimarket*. adapun Jarak kedekatan lokasi antar pedagang toko kelontong pun dapat menimbulkan persaingan usaha dimana peluang keuntungan pedagang akan terpengaruh.

Kemudian dari segi lama jam buka toko, merupakan jangka waktu yang digunakan pedagang untuk melakukan usahanya, dimulai sejak buka sampai tutup dalam satu hari kerja. Menurut Ni Komang Ayu (2017) lamanya jam buka usaha berpengaruh terhadap keuntungan pedagang, dimana setiap penambahan waktu buka usaha akan membuka peluang bagi jumlah konsumen yang datang berbelanja. Hal ini akan berpengaruh juga pada omset penjualan sehingga keuntungan dapat ditingkatkan melalui penambahan jam operasional.

Terakhir dari segi diversifikasi produk, diversifikasi produk merupakan penambahan jenis barang yang dijual oleh perdagangan ritel untuk mempengaruhi keuntungan usaha, sehingga keuntungan menjadi meningkat. *minimarket* memiliki beragam jenis kebutuhan untuk masyarakat yang dibandingkan dengan toko kelontong yang hanya menyediakan beragam jenis produk terbatas, hal ini menyebabkan pedagang kelontong membuat strategi untuk menarik konsumen dengan adanya penambahan jenis barang yang dijual namun tidak ada di *minimarket* tetapi dijual kepada konsumen yang sama. Tidak semua pedagang kelontong melakukan diversifikasi penjualan karena ada beberapa pedagang yang memiliki modal terbatas sehingga diversifikasi penjualan juga menjadi kendala untuk memaksimalkan keuntungan kelontong.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat fenomena tersebut ke dalam bentuk penelitian skripsi yang berjudul **“Analisis Keuntungan Pedagang Toko Kelontong Setelah Adanya Minimarket di Jalan Raya Desa Dan Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pedagang toko kelontong di Jalan Raya Desa dan Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana pengaruh omset penjualan, jarak ke *minimarket*, jarak ke toko lain, lama jam buka toko dan diversifikasi produk terhadap keuntungan pedagang toko kelontong di Jalan Raya Desa dan Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung setelah adanya *minimarket*?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian diatas mengenai kajian yang akan dibahas maka, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik pedagang toko kelontong di Jalan Raya Desa dan Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh omset penjualan, jarak ke *minimarket*, jarak ke toko lain, lama jam buka toko dan diversifikasi produk, terhadap keuntungan pedagang toko kelontong di Jalan Raya Desa dan Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung setelah adanya *minimarket*.

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis/Akademis

Adapun kegunaan teoritis/akademis dari penelitian ini adalah:

a. Bagi peneliti

- 1) Guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan.
- 2) Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh keberadaan *minimarket* terhadap keuntungan pedagang toko kelontong

b. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti lain dalam memecahkan masalah yang berkaitan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain.

1.4.2 Kegunaan Praktis/Empiris

Adapun kegunaan praktis/empiris dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Pedagang Toko Kelontong

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pedagang mengenai dampak keberadaan *minimarket* terhadap usaha toko kelontong yang mereka jalani, dan lebih mengenal peraturan tentang usaha ritel, pasar modern, dan pasar tradisional agar mereka dapat memperjuangkan hak-hak mereka.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pemerintah agar lebih bijaksana dalam membuat kebijakan atau pendirian *minimarket* yang semakin banyak dilingkungan permukiman agar tidak merugikan pihak-pihak tertentu.